

Maulana Azad National Urdu University
Ph.D. (Commerce) I Semester Examination, February 2022

پرچہ : مارکیٹنگ مینجمنٹ

Paper : Marketing Management

Time : 3 hrs

Marks : 70

ہدایات:

یہ پرچہ سوالات دو حصوں پر مشتمل ہے: حصہ اول اور حصہ دوم۔ ہر جواب کے لیے لفظوں کی تعداد اشارہ ہے۔ تمام حصوں سے سوالوں کا جواب دینا لازمی ہے۔

1. حصہ اول میں 10 سوالات ہیں، اس میں سے طالب علم کو کوئی 08 سوالوں کے جواب دینے ہیں۔ ہر سوال کا جواب تقریباً سو (100) لفظوں پر مشتمل ہے ہر سوال کے لیے 05 نمبرات مختص ہیں۔
(8 x 5 = 40 Marks)
2. حصہ دوم میں 05 سوالات ہیں۔ اس میں سے طالب علم کو کوئی 03 سوال کا جواب دینا ہے۔ سوال کا جواب تقریباً ڈھائی سو (250) لفظوں پر مشتمل ہے سوال کے لیے 10 نمبرات مختص ہیں۔
(3x10 = 30 Marks)

حصہ اول

1. بازاری کاری میں Marketing strategy حکمت عملی کیوں ضروری ہے۔ مثال کے ذریعہ وضاحت کیجئے۔
2. مارکیٹنگ مکس Marketing mix سے کیا مراد ہے وضاحت کیجئے۔
3. فروخت فروغ (Sales Promotion) کیا ہے اس کے اوزار (Tools) کو بیان کیجئے۔
4. قیمت فیصلہ سازی (Pricing strategies) کے حکمت عملی کو بیان کریں؟
5. ذاتی فروخت (Personal Selling) کے مراحل (Steps) کو بیان کیجئے۔
6. تقسیم کے انتظامیہ کے فیصلے "Channel management design" پر تفصیلی روشنی ڈالیے۔
7. "Promotional mix" کے عناصر کی تشریح کیجئے؟
8. اشیاء لائف سیکل "Product life cycle" کے مراحل کو بیان کیجئے۔
9. آن لائن اور آف لائن بازاری کاری Online & offline marketing میں امتیاز کیجئے۔
10. کوویڈ کے دوران بازاری کاری کے طریقوں پر روشنی ڈالئے۔

حصہ دوم

11. بازاری کاری کے انتظامیہ Concepts اور Philosophy کو تفصیل سے بیان کریئے۔
12. "Ansoff's Grid" کب اور کیوں استعمال ہوتا ہے۔ وضاحت کیجئے۔
13. کارپوریٹ حکمت عملی منصوبہ بندی "Corporate Strategic Planning" کے عمل کو بیان کریئے۔
14. صارفین کے برتاؤ (Consumer Behaviour) کی تعریف کرتے ہوئے فیصلہ سازی میں اس کی اہمیت کو بیان کیجئے۔
15. کنٹرول کیا ہے اور کس طرح سے کیا جاتا ہے۔ اس کے مراحل کو تفصیل سے بیان کریئے۔
16. اشتہار "Advertising" کے Model '5ims' کو تفصیل سے بیان کریئے

☆☆☆